

# Communiqué de presse

## — Consommation musicale : le streaming renforce l'intérêt pour le live

Baromètre Crédit Mutuel "La musique dans la vie des Français" – 4<sup>e</sup> édition

Paris, le 18 juin 2024

**A quelques jours de la Fête de la Musique, le Crédit Mutuel, partenaire officiel de l'événement et soutien historique du secteur, dégage les grands enseignements de la nouvelle édition de son baromètre "La musique dans la vie des Français" mené avec l'institut d'études et de conseil Verian (ex-Kantar Public)\*.**

**Questionnant le rapport des Français à la musique à travers leurs moyens d'écoute, leurs pratiques ou encore la fréquence à laquelle ils en consomment, l'enquête aborde cette année deux nouveaux thèmes d'analyse qui viennent enrichir les enseignements autour de ce sujet : le lien entre musique et sport et l'accès à la musique dans les territoires.**

- La musique occupe toujours une place importante dans la vie de 2/3 des Français ; près d'1/3 des Français lui consacre plus de deux heures par jour ;
- Pour 1/3 des Français et 48 % des moins de 35 ans, l'écoute de musique en streaming leur donne davantage envie d'aller à des concerts et festivals ;
- 1 Français sur 2 envisage de se rendre à des concerts et 4 Français sur 10 à des festivals en 2024 ;
- 7 Français sur 10 estiment que les inégalités territoriales d'accès à la musique sont problématiques ;
- Ancrée dans le quotidien des Français, 64% affirment écouter de la musique lorsqu'ils font du sport ; une tendance encore plus marquée chez les jeunes avec plus de 85%.

### **Les jeunes plébiscitent la musique autant que les films & séries**

Si la musique occupe cette année toujours une place prépondérante dans la vie de 2/3 des Français, **l'étude confirme également que les jeunes sont les premiers (41%) à déclarer que la musique occupe une place très importante dans leur vie.** Elle constitue même le deuxième loisir le plus important pour eux, au coude-à-coude avec la consommation de films/séries et la pratique sportive.

96% des Français écoutent de la musique dont plus d'une heure quotidienne pour près 61% d'entre eux (+ 5 pts VS 2023). Un constat qui est encore plus marqué chez les plus jeunes avec au moins une heure de consommation quotidienne pour 3/4 des moins de 35 ans.

### **Consommateurs de streaming, les Français n'ont pour autant pas perdu leur goût pour le live**

Si la radio demeure le média incontournable pour 73% des Français, ils sont près de 6 sur 10 à recourir désormais au streaming pour consommer de la musique (+10 pts VS 2023). Une tendance encore plus marquée chez les 16-24 ans qui sont 91% à y avoir recours, en faisant ainsi leur canal privilégié. **De nouveaux usages s'installent** : YouTube s'affirme comme le 1<sup>er</sup> réseau social utilisé pour des contenus musicaux pour 58% des Français et est la plateforme sociale de prédilection pour 75% des jeunes. Les plateformes de streaming TV ont également du succès

auprès des Français : 1 Français sur 5 consomme de la musique via ce type de support, 30% chez les moins de 35 ans.

Le streaming suscite néanmoins l'envie d'expérimenter la musique en live ! **48%** des jeunes considèrent que **le streaming leur donne davantage envie d'assister à des concerts et festivals**, constat également dressé pour plus d'1/3 des Français. Et finalement, en 2024, les Français poursuivent leur volonté d'assister à des événements musicaux : **1 Français sur 2 envisage de se rendre à des concerts et 4 sur 10 à des festivals.**

### Accès à la musique : les Français jugent problématique l'inégale répartition de l'offre musicale sur le territoire

De manière plus prononcée cette année, **la quasi-totalité des Français (94%) juge important que les artistes régionaux puissent se produire localement.** Et quel que soit le lieu de vie, 7 Français sur 10 estiment que les inégalités territoriales d'accès à la musique sont problématiques. Si l'accès à la musique est resté stable depuis 10 ans sur tout le territoire pour une majorité de Français, l'étude révèle que les habitants des grandes agglomérations sont globalement plus satisfaits, grâce notamment aux meilleures infrastructures et offres musicales dont ils bénéficient.

### Musique et sport : un duo qui « matche » dans le quotidien des Français

Année du sport par excellence, 2024 a naturellement fait émerger un nouvel angle au sein du baromètre Crédit Mutuel : le lien étroit entre la consommation de musique et la pratique sportive. **2/3 des Français déclarent apprécier écouter de la musique lorsqu'ils font du sport**, une habitude encore plus répandue chez les jeunes (80%). Un constat renforcé par le rôle symbolique que les Français confèrent à la musique lorsqu'elle est associée à un événement sportif : ils sont notamment 80% à être convaincus que la musique contribue à fédérer lors de grandes compétitions sportives.

*« Les résultats du baromètre démontrent, cette année encore, l'ancrage croissant de la musique dans le quotidien des Français, en particulier pour les jeunes générations. L'accès à la musique demeure cependant inégal sur l'ensemble du territoire national. Dans ce contexte, le Crédit Mutuel réaffirme son engagement aux côtés de la filière en accompagnant les artistes et toutes les musiques dans toutes les régions, auprès du plus grand nombre. »* mentionne **Isabelle Ferrand**, directrice générale de la Confédération Nationale du Crédit Mutuel.

*\* Étude Verian pour le Crédit Mutuel - Enquête réalisée par internet du 29 mars au 12 avril 2024 auprès d'un échantillon de 2 013 Français représentatif de l'ensemble de la population française âgée de 16 ans et plus. Représentativité assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne de référence et région).*

#### A propos du groupe Crédit Mutuel

Le Crédit Mutuel est un groupe bancaire mutualiste et coopératif exclusivement détenu par ses clients-sociétaires. Il est composé de 18 fédérations régionales de Crédit Mutuel et d'une fédération agricole à vocation nationale ainsi que de nombreuses filiales spécialisées, offrant essentiellement des services financiers et d'assurances.

Ses marques principales sont CIC, les Assurances du Crédit Mutuel, Suravenir, TARGOBANK en Allemagne, Beobank en Belgique, Banque de Luxembourg, Cofidis dans 9 pays européens, la Française, Fortuneo, Monabanq, Lyf Pay. Au 31 décembre 2023, le groupe Crédit Mutuel compte 37,8 millions de clients dont 8,9 millions de sociétaires, 84 600 collaborateurs et plus de 5 000 points de vente.

Plus d'informations sur [www.creditmutuel.fr](http://www.creditmutuel.fr)

#### Contact presse

##### Confédération Nationale du Crédit Mutuel

Corinne GAUDOUX Tél : 07.89.00.88.74.

[corinne.gaudoux@creditmutuel.fr](mailto:corinne.gaudoux@creditmutuel.fr)

Pour découvrir le groupe Crédit Mutuel, cliquez [ici](#) ou retrouvez nous sur :

